

ENSAIO

A Marcação Turística do Romantismo

Romantic Feature of Tourism

JOSÉ MANUEL FIGUEIREDO SANTOS ¹

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v9i2p290>

RESUMO

O texto aqui delineado justifica a sua utilidade na busca de contributos do movimento romântico para uma compreensão estruturada do campo turístico, no pressuposto de que é nas formas historicamente contruídas dos imaginários espacio-temporais que se encontram, sob formas rejuvenescidas, muitos dos velhos fundamentos que incorporam o turismo contemporâneo. Em termos metodológicos, esta narrativa é perpassada por um meta-discurso histórico de influência fenomenológica que teve como fontes uma imensa massa documental recolhida pelo autor em sede de tese de doutoramento, encontrando na historiografia romântica um campo de excecional potencialidade para testar os recursos heurísticos e as possibilidades explicativas de algumas estilizações contemporâneas do turismo, associadas ao uso turístico do património cultural. Na verdade, a emergência e edificação do turismo, ao ser trespassada por uma histórica influência seminal da cultura romântica, impõe que se aborde a caracterização de alguns dos seus traços essenciais. Não se procura problematizar os seus enigmas ou a "sua natureza de *coincidentia oppositorum*" (Löwy 1995: 9), mas algumas derivas fundamentais como sejam: uma sensibilidade estética específica do culto das emoções fortes, e projeções utópicas de um mundo de beleza criada pela imaginação, o ímpeto regenerador do passado, como operador da mística e do gosto. Nelas, deposita-se o objetivo da extração dos elementos da mitografia romântica, implicados na modelação da experiência turística contemporânea, dando a ver aos agentes turísticos como o seu aprofundamento pode significar uma fonte potenciadora das suas práticas, na atualidade.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo. Cultura. Romantismo.

¹ José Manuel Figueiredo Santos - Doutor. Doutorado em Sociologia da Cultura, Universidade Nova de Lisboa. Professor na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve, Faro, Portugal. E-mail: jfsantos@ualg.pt.



ABSTRAT

The text outlined here justifies its usefulness in the search for the Romantic movement contributions to a structured understanding of the tourism field, on the assumption that it is in historically built forms of the spatio-temporal imaginary that are found under rejuvenated forms, many of the old assumptions that incorporate contemporary tourism. In terms of methodology, this narrative is permeated by a historical meta-speech of phenomenological influence that had as sources a huge documental mass collected by the author within in its doctoral thesis, finding in the romantic historiography a field of exceptional potential to test the heuristic resources and the explanatory possibilities of some contemporary tourism stylizations, associated to tourist use of cultural heritage. In fact, the emergence and edification of tourism, by being pierced by an historical seminal influence of romantic culture, makes it necessary to address the characterization of some of its essential features. We do not seek to question their enigmas or its "*coincidentia oppositorum* nature" (Lowy 1995: 9), but some fundamental drifts such as: a specific aesthetic sensibility of the cult of strong emotions, and utopian projections of a world of beauty created by imagination, the regenerating momentum of the past, as an operator of the inspirational mysticism and taste. In them, we deposit the purpose of extracting the elements of romantic mythography, involved in the shaping of contemporary tourist experience, help the tourist agents see as a more deeper knowledge of these elements could signify an enabling source for their practices in present times.

KEYWORDS

Tourism. Culture. Romanticism.

INTRODUÇÃO

Metáfora espacial da razão moderna que, na silhueta do paradigma estético, reflete uma tendência de [re]encantamento do mundo, de redenção, de prazer, de bem-estar e liberdade², o turismo respalda-se em um “mundo instituído de ‘significações sociais’: técnicas, morais, artísticas, mitológicas, etc.; este conjunto de representações colectivas conforma o ‘sistema cultural’ de uma sociedade ou a sua ‘estrutura simbólica’ em torno da qual uma sociedade organiza a sua ‘produção de sentido’” (Berriain, 1990, p. 27). Desse mundo é possível extrair elementos da mitografia romântica, implicados na modelação histórica da experiência turística, cujo análise pode significar uma fonte potenciadora do seu aprofundamento.

² Conceitos tão peculiares da estrutura operativa romântica, com que parece ter sido moldada, sugerindo que “desde o primeiro Romantismo que se faz repetidamente apelo a experiências-limites místicas e estéticas para dar ao sujeito meios de se ultrapassar na exaltação” (Habermas, 1990, p. 287).



Daí a nossa preocupação preocupação analítica central com alguns topos românticos construídos sob formas discursivas disseminadas, quer elas se apresentem em cenários retóricos literários, iconográficos, ou outros. Esta matéria é tanto mais pertinente, quando algumas formas de retórica de que os agentes turísticos se apropriam como estratégia de predisposição à mobilização da viagem, podem inscrever-se na alusão de Löwy (1995) de que:

[...] muitas vezes a indústria cultural se apropria de alguns clichés românticos – a vida idílica das zonas rurais, o amor que se revela mais forte que as barreiras do dinheiro ou de classe, o indivíduo incorruptível que não se deixa comprar – para integrá-los de maneira superficial num conjunto fundamentalmente apologético e submetido aos valores dominantes. Nesse caso, os elementos românticos são neutralizados ou desfigurados pela eliminação do seu comportamento crítico, desviados em proveito de uma cultura essencialmente mercantilista (p. 250).

Fazer progredir a cartografia cognitiva do turismo, implica, então, aprofundar algumas lógicas de que se recobre o figurino romântico, trazendo ao debate alguns dos elementos mais centrais desse movimento, observando, com eles, a submissão do imaginário dos indivíduos a programas agenciadores de práticas turísticas.

O ESPÍRITO ROMÂNTICO E A VIAGEM

No século XIX - tempo que Schlegel (1980) designa como “época do cavaleiro, do amor e do conto; daí deriva o fenómeno [romântico] e a própria palavra” (p. 36) - emerge na Europa uma elite de alta sociedade e de profissionais liberais que, dispondo de tempo e meios para viajar, se dedica à descoberta de novos territórios, apresentando motivações diferentes das subjacentes à viagem na Renascença.

Desde a segunda metade do século XVIII, com o fervilhar das viagens de intelectuais filósofos como Voltaire, Diderot, Rousseau, expressam a diversidade de costumes que caracterizam os povos do mundo, a par da produção de narrativas de viagem de autores, como Constantin François de Volney [1757-1820], que desmistificam os anteriores contos de viagens fantasistas, firmando uma linguagem positiva do cosmopolitismo³. No dealbar daquele século, a viagem passa a celebrar a natureza como marco de oposição ao espírito mercantilista e industrializador da época. Dissociada das características perfiladas por Bacon, ela centra-se, agora, na busca do exotismo de paisagens e costumes, assim como de climas mais amenos face aos duros invernos centro-europeus.

³ Os europeus começam a ver-se como cidadãos do mundo e é nesta época que o neologismo cosmopolita se afirma, cf. Moravia (1982).



Na emergência do termo turista⁴, ocorrida na Modernidade, parece residir uma figura de síntese da dupla viajante/filósofo: “Será porventura sensato opor filósofos e viajantes, os pragmáticos e os teóricos; Rousseau e os Observadores do Homem?” (Kilani, 1994, p. 95). A resposta seria negativa, dado que é nessa síntese que se entrecruzam retóricas sobre o real, começando a viagem a projetar-se como elemento modalizador da produção social do espaço⁵.

Numa linguagem antinômica, de Chateaubriand a Baudelaire, a narrativa romântica coloca em cena o bem sucedido turismo literário. Os românticos estão animados de um novo encantamento, a requerer um mundo prosaico envolto num manto estético compensador. Essa grandeza d’alma que se torna, por vezes, simples exaltação do individualismo possessivo, inundado de paixões violentas e de visões fantásticas, evoca os heróis autênticos ou imaginários, recusa o fausto, a carreira das honras e a vida quotidiana morna. Ela manifesta-se, sobretudo, hostil à artificialidade mecânica, como advoga Löwy (1995): “nostálgicos da harmonia perdida entre o homem e a natureza à qual dedicam um culto místico, eles observam com melancolia e desolação os progressos do maquinismo, da industrialização, da conquista mecanizada do meio ambiente” (p.63). Numa fuga fracassada às contradições do prosaico mundo moderno, esses lúdicos do tempo procuram desorientar o cronómetro da Revolução Industrial e o cálculo frio que possibilitaria o nexos essencial entre os espaços corruptores da burguesia associados à conjura maquiavélica da tecnologia.

Uma segunda manifestação de reencontro harmónico consiste na sua permanência transformada no seio da sociedade burguesa, que pode assumir a forma de *dandysmo* ou esteticismo, de uma experiência utópica saint-simoniana ou, simplesmente, abraçar a paixão amorosa. Daí ganham impulso musas cantadas num ar de pranto, países visitados em imaginação, tempos evocados com ardor e vivacidade, constituídos em refúgios que desatam a evocação de uma nova estética aniquiladora da soberania do Classicismo.

Impulsionada pelos grandes viajantes, curiosa com tudo o que respeita à vida dos povos, a moldura romântica do turismo desenvolve-se num gosto apurado pela natureza que resulta, em boa parte, da dissociação do sentimento relativamente à razão teórica e à razão prática. Das narrativas de viagem depreendem-se vivências que se desenrolaram num espaço exterior onde o

⁴ O termo *tourist* aparece em Londres, precisamente na época romântica, com uma conotação pejorativa por parte da população, para designar aqueles que faziam o *Grand Tour* através do continente europeu em direcção ao sul de França e da Itália. Desde 1811, significa, de forma explícita, a teoria e a prática da viagem por prazer.

⁵ O sistema de relações organizado a partir do turismo é possuído por uma mudança visual da forma do mundo [Gestalt]. O turista muda o mundo e é por este mudado, através da possibilidade de ver e mostrar esse mundo de outra forma, vendo e mostrando-se com ela. O modo e a condição de ser turista já são sujeito e produto de percepções do mundo adstritas às materialidades e simbolicidades do quotidiano que lhe conferem uma percepção do mundo.

imprevisto e a aventura espreitam com maior probabilidade. Num fascínio iconográfico, em que a viagem ainda ocupa o centro da experiência turística, e os destinos se desenvolvem com o estatuto de acidente, os indivíduos são possuídos por uma visão naturalista e científica do mundo. Ela parece aguçada pelas expedições de Darwin, pelos estudos de Vidal de La Blache relativos à influência do meio natural sobre o homem, assim como pelas famosas narrativas de viagem de James Cook, Andersen, Stendhal ou Garrett, a par de se constituírem apreciadores da literatura culta, da arte e do exotismo.

O Romantismo divulga o turismo entre as burguesias ascendentes, mimetizadoras dos hábitos aristocráticos. Difundem-se as ações dos viajantes e exploradores do continente africano e americano que se deslocam ao serviço das cortes reais e da alta finança, fomentando a criação das Sociedades de Geografia, com estudos relacionados com o conhecimento de outras culturas. Novos povos despontam como fronteira entre o «Nós» corrompido e o «Outro» angélico, prefigurador do contacto direto com a natureza e da sua exaltação. É esse Outro - algures fora da urbe, entre o céu, o mar e o espaço indefinido que Rousseau já recuperara -, que vai provocar uma mudança simbólica evidenciadora de que o espaço cultural não cobre tanto a geografia quanto a história.

Chegou o momento de o europeu integrar o “bom selvagem” na sua genealogia, como uma espécie de fóssil vivo, signo de um ‘nós diferido’. “«Eles» não foram incorporados na história universal senão por serem projectados na distância histórica, e serem assimilados ao nosso próprio passado. Na perspectiva moderna, o Outro é assim um «Nós» diferido” (Kilani, 1994, p. 20). As fronteiras entre «Eles» e «Nós» abrem-se à categoria de estrangeiros, que se tornam agora para a retórica antropológica, “um problema ideológico antes mesmo de ser um problema científico. [...] Dito de outra forma, o Europeu, ou mais genericamente o observador da sociedade dominante, produz, por distorção, a ideia do selvagem, do não civilizado ou do primitivo” (Idem). As representações do Outro assemelham-se ao Nós oculto, que reconhece a diferença cultural como fundamento de projetos diferentes, integrados num mesmo projeto universal e o Outro, que é inscrito “na promessa universalista de uma humanidade ‘unificada e igual’ e a profissão de fé relativista da ‘igualdade na diferença’ aparecessem falaciosas no seu próprio princípio” (Idem). O princípio da diferença prevalece sobre o da igualdade, numa assimetria em que o universalismo filosófico naturalista trabalha o igualitarismo das identidades, por um prisma em que é “sempre a nossa sociedade que define o quadro geral em relação ao qual os outros são situados. A nossa concepção do universal é herdada do pensamento filosófico do século XVIII que sempre entendeu a igualdade ‘como igualização das identidades, a qual se faria, aliás em proveito da classe [dominante]’” (Idem, p.19).

Na verdade, desde o Iluminismo o bom selvagem constitui um artifício intelectual: “os selvagens têm por função, entre a história e a utopia de povoar o espaço político onde o homem europeu se aventura, da Renascença ao século das Luzes [...] não nos interessamos pelo mundo selvagem senão na medida em que ele oferece à Europa a imagem do seu passado, ou de um presente ainda



entenebrecido” (Rolin, 1979, p. 75). Neste cenário, o imaginário elitista sobre o qual paira o mito das origens, não se dissocia mais do turismo, passando a constituir nele um dos seus pilares fundamentais. Num movimento rico de correspondências e homologias entre si, o selo romântico circula. Será

[...] entre os ‘viajantes’ solitários do século passado, não os profissionais ou eruditos, mas os que viajam por temperamento, pretexto, ou ocasionalmente, que vamos encontrar uma vocação profética de espaços onde nem a identidade, nem a relação ou, evidentemente, como individualidade, onde só o movimento das imagens deixa antever, por momentos, àquele que as vê fugir, a hipótese de um passado e a possibilidade de um futuro (Augé, 1994, p. 93).

O tempo, o espaço e o Outro, de uma nova cultura visual, convidam ao alicerçamento do turismo num projeto sugestivo da ideia de que um dos topos da cultura turística romântica se baseia no individualismo estético⁶.

O SUJEITO NO TOUR ROMÂNTICO

Prosseguir esta análise implica o confronto com o despontar de novas qualidades e formas de expressão operadas nos modelos de conduta e sensibilidade⁷ dos indivíduos, bem captadas por Simmel em *A Metrópole e a Vida do Espírito*. Central aos romantismos, o subjetivismo radical investe no Eu como permanência, mas também como liminaridade dos indivíduos, como rutura com tudo o que possa transformar-se no não-Eu, bem expressa nas disrupções pontuais de radicalização com a sociedade, com a tradição, quando esta se institui como forma e ordenamento normativo⁸. Não se estranhe que, nas manifestações românticas, predominem o desafio à norma, ao racional, a obsessão do diferente, o desejo de permanência na rutura, na transgressão. Na verdade, a ilusão persiste, enquanto dura a fascinação da consciência, tolhida pela ambivalência

⁶ Podendo ir para além do bem e do mal, o individualismo estético encerra, segundo Harvey (1996, p. 29), uma nova contradição: “a busca da experiência estética como um fim em si mesma tornou-se, com efeito, o marco do movimento romântico [...]. Ela gerou a onda de ‘subjectivismo radical’, de ‘individualismo desenfreado’ e de ‘busca de auto-realização individual’.”

⁷ Modelos que a teoria elisiana discute na interdependência entre os sujeitos, a vida em sociedade, a rotina e o prazer. Ver Norbert Elias e Eric Dunning, *A busca da excitação e o trabalho desenvolvido nas baías do Processo civilizacional*.

⁸ O romantismo (bastando recordar Rousseau), revela um modo diferente de se conceber a consciência. Esta capacidade deixa de ser o conhecimento das diferenças relativas para ser intuição, absoluta diferença, intuição da radical diferença entre o eu e o mundo. Aos actos da consciência não presidem juízos que têm a ver com o raciocínio (a razão), mas são um raciocinar na forma proposicional de emoções e sentimentos. O sentimental é o que interpela os indivíduos, o que rege o sentimento – diga-se, o sentimento e não a sensação.



entre “a objectividade reificada das relações sociais e a subjectividade rebelde” (Marcuse, 1977, p.20).

O sentimento romântico consubstancia o extravasar do sentir, a torrente irreprimível da paixão que refaz o universo, a incorporação do lúdico como ritual inscrito numa estratégia de tempo apoteótico, propiciador de “felizes descargas em relação ao princípio do prazer” (Lacan, 1979, p. 62). Despontam um tempo dionisíaco do entretenimento, do prazer e do esquecimento, em que o íntimo é pressionado como por uma força alheia aos indivíduos, baseado numa antinomia homem natural-homem social, que remete para a natureza a solução regeneradora das contradições sociais e gera a flutuação⁹. A fluidez do homem moderno, o seu nihilismo poético¹⁰, o extravar patente na viagem, cujo entusiasmo se dirige a uma ausência¹¹, são sintomas de uma denúncia da dimensão irracional da racionalidade. Daí que a viagem constitua dualidade e rutura na busca da identidade, numa fusão entre a experiência pessoal e aquela que o narrador imprime às histórias, inscritas num tempo superior, que se orienta pelo valor do sujeito enunciativo e cuida da sorte dos seus heróis, num autobiografismo direto ou velado.

À consciência do sujeito preside a intuição da diferença radical entre o eu e o mundo. Daí que, segundo Marquard (1989), parte da resistência à tribunalização da vida moderna (justificada no tribunal da razão ou no da estética) se confunda com a sobrevalorização de uma *individualidade inefável*¹² encorajada pela filosofia antropológica que, no final do século XVIII, é animada pela génese do sentido da história. Por isso, o ‘Eu’ coagula-se no extravasar irreprimível de sentimentos, que tem na paixão o refazer do universo, e o sentido da viagem que desponta no indivíduo livre o êxtase frívolo do Eu na natureza indomável, onde aqueles que não têm lugar no

⁹ Esta noção traduz um legado da modernidade, na qual os indivíduos se tornam figuras objeto de forças opostas, nem inteiramente naturais, nem perfeitamente integrados na cívitas.

¹⁰ Segundo Ferraz (sd, p.136), o indivíduo colhido pelo nihilismo poético é investido “do arbítrio sem leis do espírito do tempo, que pela negação do mundo e das coisas, conquistou um espaço lúdico de liberdade no nada, deduzia-se que era desprezada a imitação e o estudo da natureza. O espaço lúdico do nada é o do arbítrio, que foge da realidade, se refugia no fantástico e se perde no vácuo sem força nem forma. [...] A experiência individual de vacuidade encontrava expressão cabal na figura do egoísta estético, sem mundo, sem sociedade nem comunidade, encerrado numa solidão que a fantasia dourava”.

¹¹ Ausências repletas de sentido etnográfico, como as de Forster, Blumenbach ou ainda Bougainville (1770), cuja viagem ao redor do mundo sensibiliza a opinião pública para a questão dos ‘selvagens’. Segundo Marquard (1989), “parte do escape para a não acusação reside no entusiasmo pela ausência: as pessoas não são acusadas quando viajam e também o são parcialmente quando estão a preparar-se para a viagem ou quando no regresso se debruçam sobre os resultados da viagem. Daqui a fascinação com as actividades da antropologia e da etnografia, dos Forsters, Bougainvilles e Blumenbachs” (p. 52).

¹² Como refere Marquard (1989), “a partir da segunda metade do século XVII, o rápido crescimento do indivíduo significa o rápido crescimento da sua inefabilidade, como uma resposta à hipertrofia da legitimação/compulsão: como um escape para a não acusação” (p.51).

mundo, dele se podem escapar. Trata-se de uma fuga ‘para a não acusação’¹³ em que ecoa o mito rousseauiano do ‘bom selvagem’, convidativo à idealização da vida simples na natureza, onde a paisagem adquire uma objetividade poética. Por isso, o gosto burguês elege espaços míticos regenerativos, substitutos do estado de *graça* próprio de uma teodiceia divina, irremediavelmente perdida, elevando a natureza à condição de uma redenção profana.

Individual ou coletiva, a viagem é uma relação de ausência no espaço, que se deixa, mas também uma relação de incubação identificativa, de anonimato no espaço em que a experiência turística tem lugar. Agora, a viagem é um estímulo para tirar partido das virtualidades relacionais cénicas com a natureza e torna-se a pedra angular de uma nova lógica do desenvolvimento de formas culturais socializáveis. Com ela, aprecia-se a libertação das formas, a leveza, o pitoresco, o exótico, de modo impressionista, no contexto de produções literárias que catapultam o romance para espaços de regresso às raízes, em busca de identidades perdidas. Não é acidental a referência de Barthes (1964) de que “a etnia hispânica é assim reduzida a um grande ballet clássico, uma espécie de *commedia dell’arte* muito bem comportada, cuja tipologia improvável serve para mascarar o espectáculo real das condições, das classes e das profissões” (p. 114).

Na verdade, o olhar burguês sobre os homens redu-los a meros introitos sociais de uma graciosa decoração romanesca. Isso compreende-se perante uma experiência trespassada pela estetização da arte, pelo fascínio da monumentalidade, mas também do Outro, que desliza para a condição de elemento decorativo desse cenário estetizado. Apesar da desigualdade de vida nos países visitados, estes constituem, segundo Barthes, espaços simbolizadores da libertação dos tabus impostos aos indivíduos, nos seus países de origem, e o Outro passa a deter um estatuto de decoração cénica¹⁴. Rousseau denominaria este estado de afeto de ‘*le sentiment de l’existence*’, no qual toma forma um panteísmo cultural, associado a uma nova subjetividade inscrita na matriz da autenticidade.

¹³ “Parte da fuga para a não acusação encontra-se na necessidade de anonimato que é inevitavelmente produzido pelo fardo (pela carga da exposição pública que acontece com os seres que se obrigam a justificar-se totalmente a si próprios. Esta paixão por situações nas quais alguém é impenetrável e não identificável e assim inacessível a questões de legitimação, é satisfeita pela natureza virgem, que oferece umas férias do Ego culpado [...]” (Idem, p. 50).

¹⁴ No aludido artigo sobre *o Guia Azul*, Barthes (1964) evidencia a mitologia burguesa relativamente ao ‘horizonte’ da experiência turística: “da mesma forma que o montanhoso é lisonjeado até ao ponto de aniquilar as outras espécies de horizonte, a humanidade da região desaparece também em benefício exclusivo dos seus monumentos. Para o Guia Azul, os homens só existem como tipos. Em Espanha, por exemplo, o Basco é um marinheiro de aventura, o Levantino um jardineiro alegre, o Catalão um hábil comerciante, o Cantábrico um montanhês sentimental. Eis-nos, uma vez mais, perante esse vírus da essência que se encontra no fundo de toda a mitologia burguesa do homem (e é por isso que a encontramos tão frequentemente)” (p. 114).

‘Le sentiment de l’existence’, que significa escutar a voz da natureza dentro de si e segui-la, implica, segundo Rousseau (1959), um estado que “despojado de qualquer outra afecção é em si mesmo um sentimento precioso de contentamento e de paz que por si só será suficiente para tornar esta existência querida e doce a quem saiba afastar de si todas as impressões sensuais e terrestres que vêm sem cessar distrair-nos e inquietar aqui em baixo a doçura” (s.p). O pitoresco torna-se a face visível de um novo espaço mítico, facilitador do despertar de sentimentos e de paixões, um lugar convidativo ao andar na natureza como forma de os indivíduos se encontrarem a si próprios. O bucolismo paisagístico funciona mesmo como um símbolo de emoções e estados de alma subjetivos, bem expressos num extenso monografismo.

Seres sensíveis à ignomínia do mundo opressivo¹⁵, triste e inumano, escolhem a evasão, o escape, a coberto do anonimato, como forma de desopressão em relação à supertribunalização da vida, à negatividade, de retorno a um estado de graça. Essa fuga às vivências da desesperante rotina quotidiana, encorajada pela génese do sentido da história contém, segundo Marcuse, um perigo potencial de descentração do sujeito¹⁶, que promove “a evasão para um mundo de ficção onde as condições existentes só se alteram e se suplantam no mundo da imaginação” ((Marquard, 1989, p. 15). Numa cultura que eleva o sujeito à sua máxima potência, o *sightseeing* turístico do movimento romântico burguês dos séculos XVIII e XIX inaugura a incorporação do olhar à subjetividade, explorando novos fundamentos para as transformações do gosto. De tal forma a imaginação se coagula na exaltação do espaço, que os ‘objetos’ promovidos à existência estética impregnam as atitudes relativamente à viagem turística. O ‘juízo do gosto’, elevado a esfera de competência estética, passa a associar-se à contemplação, à apreciação, à percepção, ao sentimento e à fruição, remetendo a razão para o lugar onde convergem as afeções que dão expressão à realidade subjetiva.

Resiste-se à ambiguidade das afeções de pendor subjetivo, localizadas na “problemática do indeterminado [‘o não sei o quê’], onde se relacionam o belo e o gosto, mas também o gracioso, o jogo, o gozo lúdico”¹⁷, investindo-se no seu desvendamento, através da razão. Qual faculdade

¹⁵ O Absolutismo, como figura central do homem acusado, ocupa o espaço público do homem novo iluminado, marcado pelo preenchimento do vácuo pós-teológico e pela perda de referências auto-justificativas. que até aí oscilam entre a acusação de Deus levada na conta de uma conceção pecaminosa de homem e a mediação aliviadora do pecado, condição para a faculdade da sua transgressão limitada, através de absolvições geradoras de estados de graça intermitentes, que davam férias ao estatuto de acusação total ou absoluta. (Marquard, 1989, p. 48).

¹⁶ Na medida em que, “com a afirmação da interioridade da subjectividade, o indivíduo emerge do emaranhado das relações de troca e dos valores de troca, retira-se da realidade da sociedade burguesa e entra noutra dimensão da existência. Na verdade, esta evasão da realidade levou a uma experiência que podia (e pôde) tornar-se uma força poderosa na invalidação dos principais valores burgueses, nomeadamente, desviando o foco da realização individual do domínio do princípio da realização e do motivo do lucro para o dos recursos íntimos do ser humano: a paixão, a imaginação, a consciência” (Marcuse, 1977: 18).

¹⁷ Introdução de António José Santana à obra de Montesquieu (1995, p. 10).



intelectual, o juízo do gosto é próprio de uma contemplação racional e não mais de uma determinação ética. À expressão do gosto associado a um centro de poder sobrevêm transformações inerentes à sua circulação social¹⁸. O gosto, conceito oitocentista desenvolvido nos *topoi do sensus communis* da tradição da formação humanística, constitui:

[...] um refúgio da liberdade humana perante as necessidades de justificação, uma ressurreição da auto-evidência (que foi perdida algures) [...]. Como umas férias do tribunal, a arte torna-se estética; como a arte se torna autónoma e a sua inacessibilidade se torna institucionalizada, o trabalho artístico torna-se, talvez, mais que tudo, a coisa face à qual a questão [Leibniziana] “Com que direito?” se torna silenciosa (Marquard, 1989, p. 53).

É esse gosto distintivo que:

[...] não é apenas o ideal que faz surgir a nova sociedade, mas, pela primeira vez, constitui-se sob o signo desse ideal do «bom gosto», aquilo que, desde então, tem-se chamado de ‘boa sociedade’. Ela não se identifica nem se legitima mais pelo nascimento e pelo nível hierárquico, mas, fundamentalmente [...] [pela] sua capacidade de se elevar acima da parvoíce dos interesses e preferências pessoais, chegando ao nível de um verdadeiro julgamento [...]. Sob o signo do bom gosto, pode-se chegar a um distanciamento consigo mesmo e em relação às preferências pessoais. Por isso, de acordo com a sua própria essência, o gosto não é nada privado, mas um fenómeno social de primeira categoria (Gadamer, 1960, p.32).

A MARCAÇÃO ROMÂNTICA DO TEMPO

O tempo chega à consciência romântica na forma de espaços projetados como herança rememorativa, edificada na construção de narrativas do passado. Exaltado por intermédio das viagens, o tempo evolui, durante o século XIX, no aprofundamento das raízes históricas e dos traços das identidades nacionais. Para Turner e Ash (*apud* Aisner & Plüss, 1983, p. 34), “os ricos e instruídos dos Estados em que a posição de dominação é relativamente nova, visitam o país que lhes concede um somatório de prestígio e de criatividade, mas que continua a ser venerado por razões culturais e históricas”. As viagens interpelam escritores, poetas e filósofos para a aventura de viver a sua própria história, numa experiência pessoal e cenários reais. Numa conjunção atípica do tempo, as viagens já não são imperativas no exterior, como na Renascença, passando a incorporar o maravilhoso ao plano de cada país, a que não é alheia uma literatura esteticamente sustentável da nacionalidade, associada “à ideia do Povo, de seu Espírito ou sentimento” (Romano, 1981, p. 9). Assumindo, agora, características mais regionalizadoras, a viagem não se constitui apenas como fuga, mas também como intromissão. As visitas delineam também o encontro com um passado conservado na forma de monumentos, em que a viagem se torna o

¹⁸ Sobre estas transformações, cf Norbert Elias (1992a, p. 63).

lugar útil de reportagem do mundo concreto local, alargada por sinédoque às realidades mais abrangentes.

Numa mobilidade desenvolvida em macro-sequências há sempre espaços correspondentes a visitas coroadas por deambulações turístico-arqueológicas nas cidades visitadas, consumindo um tempo pouco ou mal delimitado entre viagens e estadia. A história é mais ‘verdadeira’ quando impregnada de cores locais e dos caracteres das personagens colocadas no seu tempo próprio e, ainda mais, ‘autêntica’ quando isso é integrado no espaço de ocorrência dos acontecimentos. Extremam-se fronteiras: por um lado, a erudição, a razão moderadora, o greco-romano; por outro o popular, a sensibilidade, a imaginação, o génio, o campo, o gótico autóctone. Da relação sensitiva sujeitos/objetos ressalta a *Aisthesis*, não como referência à recente institucionalização da estética, mas na aceção de Baumgarten, de ‘emancipação dos sentidos’ (Esperança, 1997). Nesse percurso fervilham alusões à apropriação sensitiva do mundo. A ‘sensação’ restringe-se ao sujeito que experimenta o aprazível, no sentido mais purista das suas capacidades, encerrando a estética no prazer etéreo da reflexão subjetiva, no despojamento do supra-sensível e do transcendental, como categorias de significação do real.

Quando as imagens constituem operadores primordiais da condição de pensar o objeto [espaços, coisas, pessoas e suas obras], elas parecem detentoras de fiabilidade objetiva. E o problema maior é que a percepção imagética apenas reflete a apropriação do objeto na forma de “imagens parciais e não integradas” (Miranda, 1979, p. 55), carregadas de signos e símbolos que fazem da sua apropriação percetiva “um processo activo e criativo, que é ponto de partida de uma síntese cognitiva” (Bailley *apud* de Miranda, 1979, p. 32-33). A seletividade simbólica do espaço não é natural, mas estruturada em *paisagens significativas*.

A FICCIONALIZAÇÃO DO ESPAÇO

Na alma romântica há uma simpatia ativa pelo mundo que promove a sua abertura ao infinito. Lefèbvre (1969) diria que:

[...] a imaginação, para o romântico, não é somente uma função e um domínio. É uma experiência privilegiada, uma actividade, uma investigação produtiva. A cada etapa intervém a imaginação que explora o momento presente, o possível e o impossível. Ela representa um papel capital. A imagem, primeiro exterior, não pára de aprofundar-se, apoiada de um lado no simbolismo, e do outro no movimento passional de que ela se investe (p. 369).

Regressa-se a um panteísmo naturalista que saúda a metáfora solar, uma nova Aurora, que testemunha uma tentativa de salto para além do racionalismo. Daí que pelos recantos da viagem desfilem espaços repletos de uma moral de esforço e solidão afins a uma filosofia burguesa de desopressão. Eles são evocativos de “regeneração através do ar puro, ideias morais em face das



alturas, a ascensão como civismo, etc.” (Barthes, 1984, p.113), passando pelos cumes das montanhas penetrados pela percepção idílica do pitoresco, pela exuberância bucólica do campo e da praia, como espaços purificadores, onde a autenticidade se confunde com o próprio ato de viver. Compreende-se que o alpinismo se torne “o elementar, a virgindade, a aventura” (Aisner & Christine, 1983, p. 41), uma alavanca para a ascensão a um estado de *graça* profano e que as estações de montanha sejam consagradas à saúde e à cultura física¹⁹. Tudo converge num princípio ativo que assume formas de inquietação, estados de devir, interrogações, lutas por formas de realização estética, que o imaginário converte em regeneração “através de conceitos espaciais que emergem primeiramente como cânones do gosto pelo pitoresco no seio do começo do movimento romântico da arte europeia” (Soane, 1993, p. 30).

A construção etnoficcionista da virgindade predispõe para o fascínio de um mundo pré-humano, projetado no ‘*wilderness*’ relativamente à natureza ‘selvagem’ – ideia que se estende à montanha como espaço mítico de fronteira. Por isso, não são acidentais as viagens aos Alpes, Pirinéus, Himalaias das neves eternas, por onde gravitam turistas repartidos por motivações religiosas, estéticas ou desportivas. Consagrado o arquivismo museológico à invenção dos “parques e reservas naturais” (Viard, 1984, p.142), floresce na Europa o restitucionismo, sugerindo que:

[...] para lá dos prazeres obsessivos da salvaguarda dos objectos aparece um movimento de consagração de todos os signos culturais [...] Nada parece escapar a essa empresa de arquivo e classificação [...] as palavras ‘património’, ‘memória colectiva’ ou ‘identidade cultural’ perdem o seu poder conceptual ao tornarem-se expressões vagas que acabam por designar o esgotamento do seu próprio sentido (Jeudy, 1986, p. 7-8).

A este ímpeto regenerador não se subtrai a construção de palácios ajardinados em áreas rurais, tampouco a popularidade europeia do termalismo entre a classe média, fundada na crença terapêutica das águas minerais (Sharpley, 1994). Quando ao naturalismo estético-paisagístico se associa o benefício do corpo saudável, otimiza-se a percepção do local. Com efeito, “não existe, portanto, um naturalismo da percepção e do espaço físico que depois seria sobrecarregado com interesses sociais [em que o ‘subjectivo’ se acrescenta ao ‘objectivo’], pois estes já são simbolicamente marcados pela experiência” (Miranda, 1994, p. 55). Os operadores da mística do gosto passam a ter, segundo Barthes (1964), como referência padrão:

[...] o Guia Azul [que] só conhece a paisagem sob a forma do pitoresco. É pitoresco tudo o que é acidentado. Deparamos aqui, de novo, com essa promoção burguesa da montanha, esse velho mito alpestre (que data do Séc. XIX) que Gide associava justamente à moral helvético-protestante e que funcionou sempre como um mito bastardo de naturalismo e de puritanismo (p.113).

¹⁹ Ver Turner e Ash (1991, p. 290).

Erodido na sua dimensão cosmogónica, resta a esse imaginário uma forte ativação através da valorização da altitude e da verticalidade, próprias do maravilhoso de uma natureza original resplandecente e caprichosa. Para isso, a uma retórica idilizadora da liberdade soma-se uma adjetivação apelativa da reverência contemplativa e um apelo às panorâmicas das alturas, onde os séculos se admiram, bem como os monumentos ou acontecimentos históricos. Ligados à vulgarização das comunicações, os fluxos turísticos europeus denunciam traços de um naturalismo estético, tomado pelos locais propiciadores de uma visão mais autêntica e tradicional do mundo, num processo paradoxal de destradicionalização desses espaços. A esse respeito, MacCannell (1976) observa:

Para os modernos, realidade e autenticidade são noções [...] que se encontram noutros períodos históricos ou noutras culturas, em forma de puros e simples estilos de vida. Por outras palavras, o que afecta os modernos ao «naturalismo», a sua nostalgia e busca de autenticidade não são meramente casuais e algo decadentes, noções de amarras a recordações de culturas destruídas e épocas mortas. Elas são também componentes do espírito conquistador da modernidade - os campos da sua consciência unificadora (p.3).

No fundo, são percepções diacrónicas das diferenças culturais “artificialmente preservadas” (Idem, p. 8), que integram o móbil romântico do turismo.

PRESERVAÇÃO E INVENÇÃO DA TRADIÇÃO

O passado, envolto na nostalgia melancólica em que o “restitucionismo ocupa um lugar privilegiado” (Löwy, 1995, p. 93) na constelação dos romantismos, pode ser mitológico ou lendário quer como referência imaginária da Atlântida, quer apenas como consagração de um mito pessoal como é o caso da *Cidade misteriosa*, em *Aurélia* de Gérard de Nerval. Num tempo idealizado, perante um sentimento de perda e de recusa da realidade social do seu tempo, a viagem abre-se à preservação da tradição²⁰.

Através da escrita dos românticos, os lugares que povoam a geografia íntima dos indivíduos separam-se dos espaços, emergindo dessa separação meta-narrativas sem território, isto é, descrições impressionistas dos lugares. As referências imaginárias são manipuladas por universos simbólicos exteriores aos lugares, possuindo códigos que recortam dos lugares os espaços significantes²¹. As suas grelhas de leitura são um clamor de etnocentrismos, espécie de *outdoors* favoráveis ao olhar e à imaginação. Agora, os espaços constroem-se à medida dos sonhos do ‘Eu’,

²⁰ Ver Campos (1999, p. 49).

²¹ A esta invenção da tradição, como realidade cultural aturadamente produzida pelo Estado e não pelas tradições locais, qual forma de atribuição mítica de estatuto aos lugares. Bourdieu (1994) designa de “cultura nacional legítima” (p. 106).



que integram a divinização de génios míticos inventados para zonas recobertas de obras artísticas clássicas. Esse classicismo traduz uma identificação com o passado como

[...] um dos caminhos mais concorridos para a evasão. A necessária evasão do quotidiano tem, possivelmente a sua mais compíscua manifestação na evasão no tempo. Da mesma maneira que se escapa num fim de semana para uma residência secundária do mar ou da montanha donde se crê sentir mais de perto a natureza maternal, uma projecção de regresso uterino, a viagem ao passado oferece escapadas sucessivas que conduzem a refúgios anelados, que se crê ajudarem a fazer frente à intemperança da vida corrente (Ballart, 1977, p. 49-50).

Para a evasão concorre a deslocação do fascínio econográfico para o campo, de países ‘modernos’ pelos ‘exóticos’, ou por um espaço “alhures qualquer que conserve, no presente, um passado mais primitivo. A tentativa de exotismo é uma busca, pelo simples deslocamento no espaço, do passado no mesmo momento em que se passa” (Löwy, 1995, p. 43). Trata-se de uma evasão coagulada por uma atitude especulativa e crítica, relativamente ao presente²². Cimentando um novo consenso social alternativo ao Antigo Regime, o pendor subjetivista e antropomórfico do romantismo coloca a expressão estética do mundo perante a sua desmistificação, autonomizando-a da tradição. A experiência romântica prende-se com uma sequência de movimentos que instauram uma concentração ao mesmo tempo subjetiva – a descoberta do eu – e a sociabilitária [a valorização do *Volksgeist*], numa dicotomia que ajuda a rememorar a sua implicação no enraizamento da experiência estética²³.

A viagem vira prática social ativa, recuperando o património cultural, integrando-o como passado num presente cheio do ímpeto estético-histórico das origens. Assim se compreendem os anátemas dirigidos a perspectivas novo-riquistas, cegas à relação entre o turismo e o apreço pelo património. As viagens indiciam uma opção pelo progresso conduzido racionalmente e por um presente deligenciador da recuperação útil do passado, guiado por ideais prefigurados por D. Quixote, assolado pela contradição insolúvel do individualismo egoísta dos barões de Sancho Pança²⁴.

A trajetividade romântica sedimenta o estatuto imaginário da história, aonde domina o eixo temporal, que se cruza nos relatos de passeios turísticos com abundantes anotações dos lugares e das paisagens. É a esse imaginário que Bernard S. Cohn alude, ao analisar a fundação dos espíritos dos lugares, animados por paisagens, mitos e lendas. O fenómeno ganha uma dupla vertente: a

²² Sobre a relação tradição/romantismo, cf. Arendt (1972, p. 38-39).

²³ Segundo Harvey (1996), a experiência estética “gerou a onda de ‘subjectivismo radical’, de ‘individualismo desenfreado’ e de ‘busca de auto-realização individual’ que, [...] há muito tinha estabelecido um conflito fundamental entre o comportamento cultural e as práticas artísticas modernistas e a ética protestante” (p.29).

²⁴ Em alusão a Garrett (1994, p. 25).



“interna”, patente no argumento de “Pritchard [que], na verdade fazia parte de um amplo movimento que visava fazer com que os galeses entendessem que deviam tratar com carinho sua paisagem; para mostrar isso de maneira clara emprestava a cada pau ou pedra um interesse humano e histórico” (Hobsbawm & Ranger, 1984, p. 96); a externa, pela invenção de referentes com objetivos instrumentalizadores da atividade turística. Esse passado é descrito por Ballart (1977) como:

[...] o passaporte ideal para o transporte a paraísos perdidos, através de um túnel do tempo que alimenta a nossa fantasia e nos ajuda a recuperar o tempo perdido. Que outra coisa senão a fantasia move o entusiasmo dos devotos do cinema de época ou da novela histórica? E o dos visitantes de tantas atracções turísticas, museus incluídos, que proliferam pela velha Europa ou pela nova América, baseadas no património histórico e arqueológico? A fantasia liberta-nos, enquanto que o tempo que concedemos ao passado nos renova porque recuperamos «tempo perdido» que desejamos para nós e não para os vis prémios da quotidianidade (p. 50).

O pretérito transmuta-se no ideal síntese histórico burguês, ganhando corpo nos monumentos, na revalorização do folclore, em oposição à cultura sem raízes nacionais. Mas ele também marca presença na fixação cénica do pitoresco que se torna profundamente dialética nas paisagens ‘virgens’ que adjetivam os espaços de “grandiosos, pitorescos, ou charmosos” (Boyer, 1994, p.10), os quais integram uma boa parte do imaginário turístico contemporâneo. Espaços e memória convergem num esplendor, aonde a cristalização no tempo se encarrega de conservar a sua face. É como se o paradoxo da autenticidade inventada, para desfrutar da aura do autêntico, devesse subtrair-se a novas formas ou à “reprodutibilidade técnica” (Benjamin, 1992, p. 77-78). Neles cava-se a ilusão de que há mais passado no seu seio do que em toda a civilização. A genialidade estética está aí, como se o mundo de outrora construído estivesse condenado a ordenar-se como êxtase de beleza.

CONCLUSÕES

No seu conjunto, este texto dá a ver como é possível um determinado quadro narrativo funcionar como detonador de uma representação estética da cultura implicada em estratégias de mobilização da imaginação geográfica. Se, em hipótese, o Romantismo não é um movimento épocal, mas um dos pilares intemporais da Modernidade, se a metáfora romântica, enquanto intermediária de uma disputa estética que não perfilha apenas o turismo como um guia instrumental das suas práticas, então ela pode bem ser aprofundada como guião de sucesso para os agentes turísticos, salvaguardados os distintos registos históricos. Numa conjunção em que o turismo atual constitui uma experiência tão mágica quanto controversa, fica evidente a necessária sensibilização para a questão decisiva da compreensão de que, na era da reinvenção dos espaços, com o crescimento da procura turística, é um imperativo a afirmação restitutionista, ou mais propriamente a preservação do Outro [identitária] e dos bens culturais e naturais [patrimonial].



REFERENCIAS

- Aisner, P. & Plüss C. (1983). *La Ruée Vers Le Soleil, Le Tourisme à Destination du Tiers Monde*. Paris : L'Harmattan.
- Arendt, H. (1972). *La crise de la culture*. France : Gallimard.
- Augé, M. (1997). *L'Impossible Voyage, Le tourisme et ses images*. Paris : Payot & Rivages.
- Augé, M. (1994). *Não-Lugares, Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade*. Lisboa: Bertrand.
- Augé, M. (1998). *A Guerra dos Sonhos, exercícios de etnoficção*. Oeiras: Celta Editora.
- Ballart, J. (1977). *El Patrimonio histórico y arqueológico: valor de uso*. Barcelona: Ariel.
- Barthes, R. (1964). *Elementos de Semiologia*. Lisboa: Edições 70.
- Barthes, R. (1984). *Mitologias*. Lisboa: Edições 70.
- Benjamin, W. (1992). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d' Água Editores.
- Beriain, J. (1990). *Representaciones colectivas y proyecto de modernidad*. Barcelona: Anthropos.
- Boyer, M. & Viallon, P. (1994). *La communication touristique, Que sais-Je?*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Bourdieu, P. (1994). *Razões Práticas - sobre a teoria da acção*. S. Paulo: Papyrus.
- Campos, J.R. (1999). [También se puede inventar la naturaleza? El poder del Language de la cultura posmoderna](#). *Etnográfica*, (3)1, 49-70.
- Esperança, J. (1997). *Património, comunicação, políticas e práticas culturais*. Lisboa: Vega Universidade.
- Ferraz, M A. (sd) *A ironia romântica, estudo de um processo comunicativo*. Lisboa: Casa da Moeda.
- Garrett, A. (1994). *Viagens na Minha Terra*. Lisboa: Editores Reunidos / R.B.A. Editores.



- Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (1990). *O discurso filosófico da Modernidade*. Lisboa: Dom Quixote.
- Hans, A. (1971). *Uma visita em Portugal em 1866*. Lisboa.
- Harvey, D. (1996). *Condição pós-moderna - Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola.
- Hobsbawm, E. & Ranger, T. (org.), (1984). *A Invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Kilani M. (1994). *L'invention de l'autre, Essais sur le discours anthropologique*. Paris: Payot Lausanne.
- Lacan, J. (1979). *O Seminário, os quatro conceitos fundamentais da psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Lefèbvre, H. (1969). *Introdução à Modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Löwy, M.S.R. (1995). *Revolta e melancolia, o romantismo na contramão da modernidade*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist, a new theory of the leisure class*. New York: Schocken Books.
- Marcuse H. (1977). *A Dimensão Estética*. Lisboa: Edições 70.
- Marquard Odo, (1989). *Farewell to Matters of Principle*. Ódeon, Oxford: Oxford University Press.
- Miranda, J. (1994). *Analítica da actualidade*. Lisboa: Veja.
- Montesquieu (1995). *Ensaio sobre o gosto, seguido de elogio da sinceridade*. Lousã: Usus Editora.
- Moravia, S. (1982). *Filosofia e scienze umane nell' età dei lumi*. Sansoni, Firenze.
- Rolin, O. (1979). Bougainville et le mirage tahitien. *L'Histoire*, 8.
- Romano, R. (1981). *Conservadorismo romântico, origem do totalitarismo*. São Paulo: Brasiliense.



- Rousseau, J. (1959). Les Rêveries du promeneur solitaire, «Cinquième Promenade». *Oeuvres complètes*. Paris: Gallimard, 1:1047.
- Schlegel, F. (1980). *European Romanticism: self-definition*. London: Methuen.
- Sharpley, R. (1994). *Tourism, tourists & society*. Cambridgeshire: ELM Publications.
- Soane, J. (1993). *Fashionable Resort Regions: their evolution and transformation*. Wallingford: Cab International.
- Stendhal, (1838). *Memoires d'un touriste*.
- Turner L. & Ash J. (1991). *La horda dorada*, turismo y sociedad. Madrid: Endymion.
- Viard, J. (1984). *Penser Les Vacances*. Paris: Actes Sud H.

Recebido : 14 OUT 2016

Avaliado : DEZ

Aceito : 26 FEV 2017

